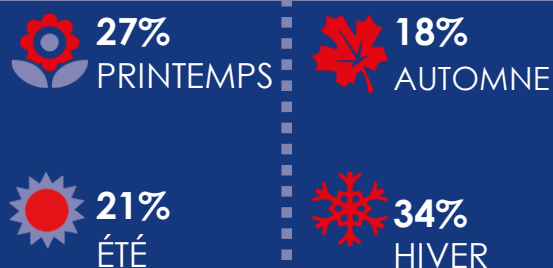


Filière Villes

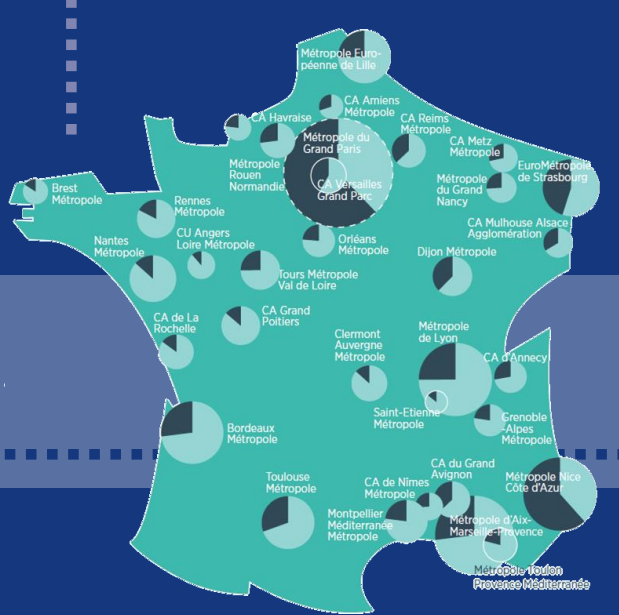
Quelques données de contexte

Au niveau mondial, le tourisme urbain constitue un phénomène planétaire où l'attractivité des grandes capitales et des métropoles internationales domine sur celle des villes de taille plus modeste.



Source : Insee, en partenariat avec les comités régionaux du tourisme (CRT) et la DGE 2019

Nombre de nuitées hôtelières étrangères et françaises (2018)



Nuitées marchandes

183,2 millions

63%
Clientèles françaises
soit 116,2 millions

38%
*des nuitées des
clientèles résidentes*

37%
Clientèles internationales
soit 66,9 millions

50%
*des nuitées totales des
clientèles internationales*

Données sur l'offre 2019

- 27% des lits touristiques de métropole, 30% des lits en CtoC (
- 289 000 lits pour 2 800 hôtels, soit 52 chambres par hôtel en moyenne (vs 37 chambres en France métropolitaine)
- Une forte concentration de l'offre hôtelière (les 10 plus grandes villes françaises accueillent près de 28% des capacités hôtelières en nombre de lits de métropole).
- Près de 230 000 offres CtoC actives, offre dont l'essor a été majeur ces dernières années en milieu urbain

Principaux marchés émetteurs

- **La France est la première destination touristique mondiale (en nombre de visiteurs) et ses grandes villes constituent de véritables portes d'entrée pour la clientèle internationale, vecteur de croissance**

 Royaume-Uni  Allemagne  Etats-Unis

Profil voyageurs

- Différents type de visiteurs sont à distinguer :
Les citybreakers internationaux, la clientèle d'affaires, les clientèles françaises en séjour, mais aussi les visiteurs à la journée
- Parmi les étrangers, les séniors sont plutôt sur-représentés et les jeunes [moins de 25 ans] sous-représentés [à l'inverse de ce que l'on constate au sein de la clientèle française]



Les motivations au départ

A word cloud of French terms related to tourism and culture. The words are arranged in a circular pattern, with 'Découverte de la ville' being the largest and most central. Other prominent words include 'Shopping', 'Culture', 'Gastronomie', 'Expériences', 'Patrimoine et histoire', and 'Événementiels'. Smaller words like 'Rupture', 'Bien-être', 'Se laisser surprendre', 'Vivre comme les locaux', 'Visite de musées et de monuments', 'La vraie France', and 'Retrouvailles' are also present. The colors range from dark blue to light blue.